

COMERCIANTES Y TEÓLOGOS EN EL SIGLO DE ORO ESPAÑOL. CLAVES DE LA LIBERTAD EN EL ÁMBITO ECONÓMICO

RODRIGO MUÑOZ*

Los teólogos del Siglo de Oro español desarrollaron la reflexión moral escolástica sobre la realidad económica y comercial, que en su tiempo sufrió transformaciones considerables. Estas páginas resaltan algunos rasgos esenciales o claves de la libertad económica, tal como queda expresada en esos escritos de Teología moral.

Palabras clave: comercio, lucro, precio justo, utilidad, libertad económica.

EN LA EUROPA del siglo XVI se dieron cita un conjunto de factores de diverso tipo que hicieron posible una explosión comercial sin precedentes. La liquidez que aportaban las llegadas de metal procedentes del Nuevo Mundo, así como el perfeccionamiento de los medios de pago e instrumentos de crédito, la consolidación de las instituciones bancarias, las ferias comerciales de Castilla y los nuevos mercados que se abrían en la América colonial propiciaron no sólo una expansión cuantitativa del comercio medieval, sino un verdadero salto cualitativo en las relaciones mercantiles, que se ha calificado de “revolución”.

Las nuevas prácticas que alumbraba tal evolución, unidas a la demanda de orientación ética por parte de la clase mercantil, trajeron consigo un despertar de la reflexión moral que ha quedado reflejado en la literatura teológica de la época. Esta afirmación es

* Rodrigo Muñoz es profesor de Teología Moral en la Facultad de Teología de la Universidad de Navarra (rmunoz@unav.es).

válida tanto si va referida a los escritos de origen académico universitario, de carácter más especulativo, como a aquellos otros que se dirigen a asesorar a los confesores y penitentes en el fuero de la conciencia.

Aquí radica el interés que han suscitado recientemente estos géneros teológicos en los estudiosos de la Historia de la economía y de la Historia del pensamiento económico, en particular los escritos de autores españoles pertenecientes a la llamada Escuela de Salamanca¹. Como es lógico, en esos escritos encontramos una aproximación a la cuestión que persigue un interés de naturaleza moral, pero esto no fue obstáculo para que los teólogos plasmaran también una aguda percepción de esos fenómenos desde la perspectiva del análisis económico, que venía a constituir una condición para elaborar posteriormente el juicio moral.

La lectura de los moralistas que se encuadran en la España del Siglo de Oro sugiere muchos puntos que merecerían una atención detenida. En estas páginas nos ocuparemos de mostrar dos núcleos sobresalientes de su pensamiento, que resultan claves, a mi juicio, para comprender el conjunto de la reflexión escolástica en materia comercial como un esfuerzo por iluminar la realidad económica del tiempo desde la perspectiva ética. Tales núcleos operan sobre la valoración que reciben otras prácticas mercantiles particulares, como el préstamo a interés, las operaciones en divisa que incorporan un componente financiero, la justicia de los precios, los monopolios, etc.

Se trata, en primer lugar, de la idea del “lucro moderado”, que aparece cuando se afronta la justificación ética del lucro o de lo que hoy denominaríamos el beneficio de una empresa comercial. El segundo punto hace referencia a una de las reglas principales que exige la justicia en el establecimiento de los precios: la consideración de la utilidad del vendedor y no de la que obtiene el comprador. El acercamiento a estas dos cuestiones permitirá obtener algunas conclusiones sobre la concepción de la libertad en el ámbito económico, que está presente como telón de fondo de la reflexión escolástica.

Antes de pasar al análisis de las cuestiones indicadas, conviene detenerse brevemente en la consideración que alcanza el ejercicio

del comercio y la misma clase mercantil en la tradición de pensamiento que la escolástica recoge, y que discurre desde la antigüedad precristiana hasta bien entrada la Edad Moderna.

I. EL EJERCICIO DEL COMERCIO O EL OFICIO DE MERCADER

ES CASI UN TÓPICO hablar de la distinción que ofrece Aristóteles entre dos formas en el arte de adquirir la riqueza. Una de ellas, perteneciente a la administración doméstica, que tiene por objeto atender a las necesidades familiares; y una segunda, denominada *crematística*, asociada al intercambio comercial. Ambas coinciden en utilizar la propiedad, es decir, en que se sirven de los mismos medios pero difieren en el modo de hacerlo: la primera persigue una finalidad limitada, mientras que la segunda tiene ante los ojos la acumulación de dinero o el incremento de la propiedad, que por sí mismo no conoce límite. De ahí que Aristóteles considere la administración doméstica como necesaria y acreedora de gran estima, al tiempo que constata el descrédito al que se halla sometida la *crematística*².

Esta afirmación aristotélica debería ser matizada en su dureza pues, lejos de negar cualquier papel social al intercambio, el mismo Aristóteles admite que el pequeño comercio puede encuadrarse en la administración doméstica, es decir, que constituye una actividad necesaria y persigue una finalidad limitada. En este sentido, se puede decir que más que de una actividad, el Filósofo está hablando de la actitud espiritual de algunas personas que “buscan la vida buena en cuanto viene medida por los goces corporales, de manera que, puesto que ésta parece también hallarse en la posesión de la propiedad, todas sus energías se centran en la consecución de la riqueza, y a causa de esto ha nacido la segunda especie en el arte de enriquecerse”³.

A pesar de posibles limitaciones como la expresada, resulta innegable la severidad del juicio aristotélico sobre el comercio. Tal rigor fue después mitigado por la Teología, paradójicamente sobre las mismas bases de las que partía el Estagirita. Para el pensamiento de inspiración cristiana -tanto en sus primeros siglos de existencia, como para la Teología escolástica medieval y de la primera Edad Moderna- sigue vigente la referencia inequívoca a la

avaricia como un vicio moral. Sin embargo, si la reflexión sobre el comercio se encuadra en el contexto de la libertad y, en particular, de lo que constituye su rasgo principal, el hecho de que la acción humana persigue siempre un fin; la conclusión es que, puesto que el comercio puede ejercerse con finalidades diversas, es el fin perseguido por el comerciante -y no la actividad comercial como tal- el que habrá de tenerse en cuenta y el que determina en última instancia el juicio moral.

La tradición de pensamiento que recibieron los teólogos escolásticos y que constituye el punto de partida de su reflexión conoció diversos pareceres sobre el ejercicio del comercio o sobre la clase mercantil -se ha apuntado de forma sintética la opinión que albergaba Aristóteles-, algunos de los cuales reflejan un tono decididamente pesimista.

Se puede citar, a título de ejemplo, un texto que está presente entre las *auctoritates* citadas por buena parte de los autores escolásticos (desde Alejandro de Hales en el siglo XII, hasta Martín de Azpilcueta en el XVI, pasando por Tomás de Aquino y muchos otros), aunque su alcance resulta enormemente limitado en la opinión de aquellos que lo recogen. Hoy sabemos que se trata de un fragmento apócrifo -probablemente del siglo V- atribuido falsamente a S. Juan Crisóstomo quien, al comentar el pasaje evangélico de la expulsión violenta por parte de Jesús de los vendedores que ejercían en el templo (Mt 21, 12), afirma que el mercader nunca o difícilmente puede agradar a Dios. Y concluye de modo tajante que el cristiano que desempeñe tal actividad debe ser expulsado de la Iglesia⁴. El texto, de franca inspiración maniquea, contrasta abiertamente con otras afirmaciones donde el Crisóstomo expone una visión más equilibrada del comercio.

Al margen de una tal severidad, que merece la consideración de un hecho aislado y reviste por tanto un carácter más bien incidental, es cierto que el ejercicio del comercio como actividad esencialmente lucrativa suscitó un cierto recelo, de carácter mucho más moderado, entre los autores escolásticos e incluso en la consideración popular, como prueban las siguientes palabras, escritas por Tomás de Mercado en 1569: “Después, a la verdad, que co-

menzó a ser el fin principal de los mercaderes el oro y la plata (...) vino el arte justamente a ser en poco tenida y a ser a los ilustres afrentoso su ejercicio y uso. Porque ya el ser mercader no es ser hombre deseoso del bien de su patria como antes, sino muy amante de su dinero y codicioso del ajeno". Y un poco más adelante: "En este grado está al presente el trato, según prueba manifestamente el común juicio del pueblo"⁵.

También existen testimonios más templados, de quienes se resisten a compartir juicios condenatorios asignados con carácter general a la actividad comercial como tal o a aquellos que la desempeñan. Ya en el siglo V, san León Magno († 461), sin prescindir de una cierta reticencia, recogió una distinción fundamental, según la cual una actividad como el comercio no admite por sí sola un juicio moral si viene definida como la mera persecución de un lucro. "La cualidad del lucro excusa al comerciante o le inculpa, porque hay un beneficio honesto y otro torpe"⁶, sentencia. En conclusión, el juicio ético sobre el comercio precisa de más elementos que el simple carácter lucrativo.

Finalmente, un talante más optimista es el que refleja, por ejemplo, Martín de Azpilcueta († 1586), conocido también como el Doctor Navarro que, hablando de los cambistas, afirma: "Hasta aquí a más tirar se pueden extender las ganancias de ellos. Hemos la extendido, cuanto es posible, para defender justamente las almas, honras y haciendas de tanta, tan principal y honrada gente"⁷.

Esta diversidad de pareceres sobre la clase mercantil, de la que aquí se han recogido sólo unas muestras, puede suscitar perplejidad. El intento de dar una respuesta obligaría a abrirnos a múltiples razones, que operan en niveles también diversos (tanto en el orden de las ideas como en el de la evolución de la realidad económica), y nos apartaría considerablemente de nuestra cuestión. Sin embargo, si hemos de ceñirnos al plano de la argumentación moral, que constituye la guía del discurso de los autores escolásticos, hay una observación que contemplaba ya Aristóteles y que reaparece una y otra vez como una de las claves principales: el fin al que se orienta la actividad comercial, cuestión que nos conduce al siguiente punto.

II. LA IDEA DE UN “LUCRO MODERADO” EN EL COMERCIO

HEMOS VISTO que los escritores escolásticos -y en sentido más amplio la reflexión moral desde la Antigüedad hasta el comienzo de la Edad Moderna- se acercan al comercio como a una realidad ambigua, o mejor, ambivalente, que suscita cierta prevención desde el punto de vista ético.

La razón es que el comercio no connota cualquier tipo de intercambio, sino aquel que se propone la consecución de un lucro. Resulta ilustrativo el planteamiento usual de la cuestión, que se expresa con el interrogante de “si resulta lícito vender algo más caro de lo que se compró”, sobre todo cuando la cosa vendida no ha sido inmutada, pues cuando incorpora trabajo no se ve inconveniente moral a un lucro que tendría en este caso un claro carácter retributivo. El comercio queda definido, por tanto, como aquella actividad de intercambio que persigue un lucro al cual no parece encontrársele contrapartida, sea una modificación de la cosa, sea transporte, depósito o cualquier otra circunstancia que pueda traducirse en costes o le añada valor.

La dificultad que este tipo de actividad encuentra desde el punto de vista moral radica en la que expresó Aristóteles respecto del segundo modo de intercambio, es decir, el que por sí mismo sirve al deseo de lucro, que no conoce término sino que tiende al infinito. En este sentido afirma Tomás de Aquino -por tomar un ejemplo representativo entre muchos otros posibles- que “el comercio, en sí mismo considerado, encierra cierta torpeza, en la medida en que no comporta de suyo algo honesto o necesario”. Pero añade a continuación: “Sin embargo, el lucro que es el fin del comercio, aunque no comporte en sí nada honesto o necesario, tampoco implica de suyo nada vicioso o contrario a la virtud. De donde se sigue que nada impide que el lucro se ordene a algún fin necesario u honesto; y así el comercio resultará lícito. Como cuando alguien procura por medio del comercio un *lucro moderado* que se ordena al sustento de su casa, o a ayudar a los necesitados, o también cuando alguien comercia en razón de una utilidad pública, para que no falten las cosas necesarias para la vida de la patria, y el lucro se busca no como un fin sino como retribución del trabajo”⁸.

Se han recogido estas palabras del Aquinate, que fueron objeto de innumerables comentarios posteriores, porque -con los matices propios de cada autor- resultan ilustrativas del conjunto de la reflexión escolástica en este punto. Dos son las afirmaciones principales que contienen:

1. En efecto, se puede considerar una constante la afirmación de que la actividad comercial -caracterizada por la búsqueda de un lucro- no puede alcanzar una calificación moral de un signo ni de otro si no es en atención al fin que la orienta. Y, en particular, se contemplan dos posibles alternativas: o el lucro se busca como fin en sí mismo, como una referencia intencional cerrada que, al no encontrar criterio que la mida, se dice ilimitada y se asimila al pecado de avaricia; o, por el contrario, el ánimo de lucro se abre a algún otro fin honesto desde el cual puede juzgarse como adecuado o inadecuado, bueno o malo, en atención al hecho de si guarda o no proporción a ese fin.

Como hemos visto, entre esos fines honestos Tomás de Aquino mencionaba el propio sustento, las necesidades de la república o del bien común y finalmente la atención a los necesitados. Esta triple referencia a los fines que justifican el ejercicio del comercio no es exclusiva del Aquinate, sino que se prolonga en la mayor parte de los autores medievales y se mantiene en los del Siglo de Oro español.

2. La segunda observación, conectada estrechamente con la que se acaba de enunciar, alude a la expresión “lucro moderado” que, entre otros, recogió Azpilcueta en el siglo XVI, al decir que un lucro moderado viene a constituir el salario al esfuerzo de los que negocian honestamente, que han de agradecerlo a Dios contentándose con él⁹.

Se ha de reconocer que hablar de una medida en el lucro contrasta fuertemente con el principio hoy indiscutido de la “maximización del beneficio”, que impera actualmente -en formulaciones descarnadas, o también provistas de ponderación y matices- tanto en el plano de la Teoría económica como en el de la acción empresarial. ¿En qué consiste esa moderación? ¿Se trata de una limitación cuantitativa? Y en este caso, ¿se ha de expresar en tér-

minos absolutos, o debe medirse por algún otro criterio o referencia externa?

No hay duda de que, en una reflexión de naturaleza moral como es la escolástica, la medida del lucro se debe buscar en el fin honesto al que se orienta, que es precisamente lo que legitima la actividad comercial. Por otra parte, si hablamos de moderación del beneficio, tampoco cabe duda de que esa medida sólo puede entenderse en términos cuantitativos, pues partimos de la base de que se trata de una actividad honesta (si el beneficio puede calificarse de torpe -por emplear la expresión de san León Magno antes citada- en atención a su origen en una actividad inmoral, no tendría sentido hablar de moderación).

Por tanto, moderación significa aquí una proporción cuantitativa de los medios (el lucro) con respecto a aquel fin honesto que pretenden alcanzar. Ahora bien, es evidente que esto puede traducirse tanto en una limitación del beneficio como en la necesidad de ampliarlo, de hacer crecer su magnitud porque así lo reclama el fin al que se dirige.

Tal afirmación nos abre a la consideración particular de los fines de que se trate en cada caso, que constituyen la medida para establecer la moderación del lucro, y que remiten en definitiva a una doble alternativa: la atención a las propias necesidades, de una parte y, de otra, lo que podríamos llamar la utilidad social, que engloba las necesidades de los pobres y las del bien común.

a) Cuando los autores escolásticos aluden al *propio sustento* como uno de los fines que legitiman la búsqueda del lucro y, por tanto, como referencia para establecer la citada moderación, son conscientes de la dificultad que entraña recurrir a una unidad de medida que tiene la peor cualidad que se podría esperar para asignarle esa función: la de ser “elástica”.

Evidentemente, esta dificultad la encuentra igualmente la Teoría económica moderna, aunque las respuestas en uno y otro caso son diversas. Hoy recurrimos a las aportaciones de la Psicología para clasificar las necesidades humanas y para tratar de poner un poco de orden en medio de la complejidad. Y, en último término, tal dificultad suele salvarse por medio de la extensión del concepto de “necesidad” hasta identificarlo con el de “demanda” del

mercado. Los escolásticos, por su parte, manejaron una noción flexible de “sustento propio” (y de la propia familia), que se entiende abierta a necesidades futuras, tanto como a posibles mutaciones de condición social o de estado; pero hablaron de un cierto límite de las necesidades humanas y, por tanto, de la actividad que tiende a satisfacerlas como abierta al bien común. Puede ponerlo de manifiesto una observación que ofrece Azpilcueta y se recoge a continuación.

b) *La utilidad social*. En efecto, el Doctor Navarro contempla el caso de quien ejerce el comercio para atender a su sustento y el de los suyos, y alcanza una situación en la que tal objetivo se considera cumplido para atender honestamente a las necesidades de la vida. Y a continuación se formula la cuestión: ¿se ha de abandonar en este caso el comercio? Sería más prudente desistir, responde, a no ser que cambie el propósito inicial y se siga ejerciendo la actividad comercial para provisión de la república, alimento de los pobres o atención de otras obras pías¹⁰.

Sin duda este supuesto comporta cierta simplificación de la realidad, pero no por ello deja de resultar ilustrativo. Es obvio que ambas finalidades (sustento propio y utilidad pública) no tienen que presentarse en términos antitéticos, ni siquiera de forma yuxtapuesta en el horizonte temporal de ejecución de la acción. Pero es claro a la vez que, alcanzado ese umbral flexible del propio sustento, éste deja de constituir una medida apta para la moderación del lucro y debe dejar paso al bien común. Y el mercader que persigue este fin merece la máxima alabanza -añade Azpilcueta- porque el bien público es más excelente que el privado.

Ésta es la espina dorsal del discurso escolástico sobre la moralidad del lucro. Como es natural, tal discurso viene elaborado en referencia directa a una economía eminentemente mercantil y de producción artesanal, desconocedora del protagonismo que corresponde en los actuales procesos de asignación a la producción industrial y a los flujos de los mercados financieros. Sin embargo, se puede afirmar que esa reflexión, al menos en sus elementos esenciales, mantiene hoy plena actualidad; de forma que no resultaría difícil traducirla en términos de responsabilidad inversora -como aquella que atiende a las exigencias del bien común-,

o de responsabilidad en la distribución del beneficio empresarial, por citar sólo dos ejemplos.

III. LA UTILIDAD DEL VENDEDOR: CLAVE PARA LA DETERMINACIÓN DEL PRECIO JUSTO

EL PUNTO DE PARTIDA de la moral escolástica sobre la justicia de los precios estriba en la consideración de que los intercambios comerciales fueron introducidos para la común utilidad de las partes que intervienen, comprador y vendedor, por tomar el supuesto más común. De ahí que hayan de regirse por la igualdad que impone la justicia, es decir, que de la compraventa no resulte una mayor carga para el comprador o para el vendedor; o en otras palabras, la justicia consiste aquí en la adecuación entre el valor de la cosa y el precio de la transacción. El interrogante que surge inmediatamente es: ¿en qué consiste y cómo se fija el valor de las cosas?

Aun a riesgo de simplificar algo que es en sí mismo complejo, se puede decir de forma sintética que la teoría escolástica del precio justo afirma que el valor consiste en una cierta estimación. Esta estimación puede venir establecida por el precio legal, si existe, o en otro caso consistirá en la estimación común. Ahora bien, al margen del sujeto que la realiza, tal estimación se apoya en diversos criterios, entre los cuales se mencionan: las cualidades que hacen la cosa idónea para su uso, la utilidad del vendedor, el lugar, el tiempo, la abundancia o escasez tanto de las cosas del mismo género como de los compradores y vendedores, el modo en que se realiza la venta, etc. Entre este conjunto de observaciones -se han recogido sólo algunas más significativas-, interesa poner de relieve una regla o norma moral que se erige en una constante en este punto, con independencia de los autores y de los distintos períodos (desde el siglo XIII en adelante), y que puede formularse así: para la fijación del precio, como expresión monetaria del valor, se ha de tener en cuenta la utilidad del vendedor y no la del comprador. No en vano se ha llegado a decir que esta expresión constituye el nervio de la doctrina escolástica sobre el precio justo¹¹.

Estamos ante una norma que no deja de suscitar perplejidad. Si, como acaba de decirse, la compraventa se instituyó para utilidad recíproca de comprador y vendedor, y la estimación del valor atiende, de hecho, a las utilidades de ambos, ¿por qué se afirma, como condición para la justicia del precio, que sólo ha de tomarse en consideración la del vendedor? ¿Significa esto que la utilidad del comprador no interviene en absoluto en la determinación del precio? Desde el punto de vista estrictamente económico, parece claro que el precio se apoya sobre una doble estimación del valor, la del comprador y la del vendedor, y esas estimaciones surgen en una medida importante de las utilidades respectivas de ambos.

Sin embargo, santo Tomás y Escoto son claros en este punto: la cosa no se aprecia para el vendedor en la medida en que crece la satisfacción del comprador. El precio se concibe como compensación que retribuye la pérdida de la cosa para el vendedor. Y como se afirma que ese daño o pérdida no crece con la mayor utilidad del comprador, la justicia indica en ese caso que el precio se mantenga. Tomás de Aquino lo expresa también con otros términos, al decir que el vendedor no puede vender algo que le resulta ajeno, como es la utilidad del comprador.

Ya se ha adelantado que la formulación de esta norma, más allá de la mera descripción de una realidad, tiene el carácter de una exigencia de la justicia. Su sentido no puede ser otro que el de evitar el abuso por parte del vendedor de una situación de necesidad del comprador, para obtener un incremento del precio que se considera injustificado. Domingo de Soto, después de enunciar la misma regla, afirma -mediante un ejemplo bastante revelador, que había sido aducido ya por Bernardino de Siena († 1444)- que las medicinas no han de apreciarse en proporción a la salud del enfermo¹². Tal norma apunta, por tanto, a un concepto de libertad económica que no quedaba suficientemente definido por el Derecho clásico al tratar las circunstancias que pueden viciar el consentimiento en los contratos, porque comportan una limitación o incluso anulación de la libertad: la violencia, el dolo o el miedo. En efecto, la norma relativa a la consideración exclusiva de la utilidad del vendedor significa que en el ámbito de los intercambios existe un tipo de coerción de la libertad que se apoya en la necesi-

dad ajena. Y esta cuestión de hecho no encuentra relevancia para el Derecho, pero sí para una consideración moral¹³.

Si esta interpretación de la norma escolástica es correcta, emerge inmediatamente otra cuestión: ¿no cabría pensar en una posición de dominio de signo inverso en la relación de intercambio? En otras palabras, ¿no es posible concebir que un comprador abuse de la necesidad de dinero que padece el vendedor?

Este nuevo interrogante conduce a pensar que la literatura escolástica contempla una determinada estructura de la relación de intercambio, en la que el comprador es consumidor y el vendedor aparece como comerciante, que tiene la condición de profesional y actúa obteniendo ordinariamente un beneficio, aunque en ocasiones tenga que realizar pérdidas. Es decir, se puede pensar que esa precisa formulación de la norma ética presupone una cierta estructura de mercado: de abastecimiento insuficiente o de concentración de oferta. La conclusión que se deriva de ambos factores es un desequilibrio de hecho que favorece la posición vendedora en perjuicio del comprador. De este modo, la norma así formulada trata de restablecer la equidad conmutativa nivelando las posiciones en el intercambio.

Cabría objetar que el problema descrito es más artificioso que real, pues en una consideración ideal del mercado, el propio sistema cuenta con leyes que lo devolverían espontáneamente a la situación de competencia perfecta, con lo que el problema apuntado se desvanece. Esta observación viene a confirmar que la reflexión escolástica no arranca de una concepción ideal del mercado, sino de una realidad histórica como la descrita, en la que el carácter moral o ético de los comportamientos no es indiferente para el resultado del proceso.

Es indudable que la interpretación precedente de la regla propuesta permite ampliar los términos con que la escolástica la expresa y formular su contenido esencial de modo universal: no es justo valerse de una posición fáctica de dominio para imponer condiciones abusivas a la otra parte; o, lo que es lo mismo, resulta justo esperar una retribución a la propia utilidad, pero no extenderla hasta hacer de las personas objetos de dominio.

IV. CONCLUSIÓN

CONCLUYAMOS esta breve reflexión con una observación. Se han tocado dos puntos diversos del discurso moral medieval y de comienzos de la Edad Moderna acerca de la actividad económica. No es extraño que esa reflexión se centre en el comercio -entre otros aspectos de la economía que encuentran mayor peso en la actualidad-, pues se elaboró a la vista de una realidad económica eminentemente mercantil. Sin embargo, detrás de las dos cuestiones aquí tratadas se descubre un punto de convergencia que trasciende el paso del tiempo, y hace mantener a aquel discurso plena validez. Esa convergencia consiste en una cierta comprensión de la libertad humana y, en particular, de su despliegue en el ámbito económico; de lo que potencia la libertad y de aquello que la daña, con independencia de la configuración concreta que adopte la realidad económica.

Los dos aspectos antes analizados ofrecen una imagen de la libertad humana que no se restringe a la satisfacción de necesidades, y que aun cuando se aplica a ese campo, queda delimitada al menos por dos rasgos que la alejan de toda forma de ejercicio antisocial. El primero de ellos impide ejercer un dominio sobre el otro, que se impone abusando de su necesidad, lo que equivale a afirmar en términos más amplios una libertad sin constricciones externas. Sin embargo -y ésta sería la segunda consideración-, la libertad no se satisface con esta primera condición negativa y externa, sino que debe encontrar una medida interior que la autopotencie, porque la abra a la necesidad ajena y en definitiva a las exigencias del bien común.

NOTAS

1 Por citar sólo algunas publicaciones recientes que así lo ponen de manifiesto: Rothbard, M.N. (1999), *Historia del pensamiento económico*, Unión Editorial, Madrid; Vigo Gutiérrez, A. del (1997), *Cambistas mercaderes y banqueros en el Siglo de Oro español*, BAC, Madrid; Langholm, O. (1998), *The Legacy of Scholasticism in Economic Thought: Antecedents of Choice and Power*, Cambridge University Press, Cambridge; Gómez Camacho, F. (1998), *Economía y Filosofía moral: la formación del pensamiento económico europeo en la Escolástica Española*, Síntesis, Madrid; Muñoz, R.

(1998), *Moral y Economía en la obra de Martín de Azpilcueta*, Eunsa, Pamplona; Flecha, J.R. (ed.) (1999), *Actas de la VI Conferencia Anual de "Ética, Economía y Dirección"* (EBEN-España); *Europa: ¿Mercado o comunidad? De la Escuela de Salamanca a la Europa del futuro*, Publicaciones Universidad Pontificia de Salamanca, Salamanca.

2 *Política*, lib. I, caps. 8-10, 1256a-1258b.

3 *Política*, cap. 9, 1258a.

4 Cfr. Pseudo-Crisóstomo, *Opus imperfectum in Matth.*, hom. 38 (Migne, *Patrología Griega*, 56, 839). Ver también Langholm, O. (1992), *Economics in the Medieval Schools, Wealth, Exchange, Value, Money and Usury According to the Paris Theological Tradition 1200-1350*, E.J. Brill, Leiden-Nueva York-Colonia, p. 58.

5 Mercado, T. de [1569 (1977)], *Suma de tratos y contratos*, ed. de N. Sánchez Albornoz, Instituto de Estudios Fiscales, Madrid, vol. II, c. 1, f. 22.

6 León Magno, *epist.* 167 (Migne, *Patrología Latina*, 54, 1206).

7 Azpilcueta, M. de [1556 (1965)], *Comentario resolutorio de cambios*, CSIC, Madrid, p. 105.

8 *Summa theologica*, II-II, q. 77, art. 4.

9 Cfr. Azpilcueta, M. de (1588), *Commentaria in septem distinctiones de poenitentia*, n. 13.

10 Cfr. Azpilcueta, M. de (1588), *Commentaria in septem distinctiones de poenitentia*, n. 14.

11 Cfr. Langholm, O. (1992), pp. 232 y ss.

12 Cfr. Soto, D. de [1556 (1997-68)], *De iustitia et iure*, Instituto de Estudios Políticos, Madrid, lib. VI, q. 3, a. 1, p. 550.

13 Sobre esta cuestión puede verse Langholm, O. (1998).

Copyright of Empresa y Humanismo is the property of Servicio de Publicaciones de la Universidad de Navarra, S.A. and its content may not be copied or emailed to multiple sites or posted to a listserv without the copyright holder's express written permission. However, users may print, download, or email articles for individual use.